

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan keragaman suku dan budaya hingga kuliner nusantaranya. Kuliner nusantara adalah warisan budaya yang kaya cita rasa dan keaneragaman bahan baku dimana setiap daerah memiliki kekhasan masakan yang unik baik teknik masak, alat, bumbu, presentasi makanan dan lainnya. kekhasan ini mencerminkan budaya, alam, sejarah dan geografis dari daerah yang menjadi tempat asal kuliner tersebut. Menurut (Zalza Shabila Putri, 2024) kuliner dijadikan sebagai cerminan identitas dan kearifan lokal dari budaya lokal suatu daerah. Kuliner tradisional sering disebut sebagai jantung dari kebudayaan setempat. Ada banyak kuliner tradisional nusantara yang masih dilestarikan hingga saat ini, salah satunya adalah Dawet Jabung yang berasal dari Desa Jabung, Kecamatan Mlarak, Kabupaten Ponorogo.

Menurut (Ramadanti, 2024) Dawet Jabung merupakan minuman khas Ponorogo yang memiliki rasa lezat dengan kombinasi cendol (dari bahan pati garut), ketan hitam, gempol (tepung beras berbentuk bulat), campuran santan kelapa, gula jawa cair yang manis dan ada irisan nangka. Dawet Jabung biasanya disajikan dengan serutan es/es batu dan potongan nangka yang menambah cita rasa dan kesegaran bagi penikmatnya. Selain, memiliki cita rasa yang unik, dawet Jabung juga memiliki nilai sejarah dan budaya yang dapat menggambarkan keragaman dan kekayaan kuliner

tradisional. Sehingga, tidak heran jika kuliner ini digandrungi dari generasi ke generasi.

Menurut (Ramadanti, 2024) tingginya minat masyarakat terhadap kuliner tradisional Dawet Jabung menjadikan kuliner ini semakin berkembang. Sedikitnya terdapat 20 pedagang Dawet Jabung di daerah Jabung, Mlarak, Ponorogo. Hal ini menjadikan persaingan antar pedagang Dawet Jabung semakin tinggi. Para pedagang berlomba-lomba untuk memikirkan keistimewaan yang kompetitif dan menetapkan taktik pemasaran untuk dapat memenangkan persaingan. Banyaknya penjual memberikan banyak pilihan kepada konsumen sebagai alternatif memilih mana yang sesuai dengan selera konsumen.



Gambar 1.1. Dawet Jabung

Di era digital dan informasi, generasi Z memiliki pola pikir dan perilaku yang unik dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi Z dikenal karena kemampuannya yang luar biasa dalam beradaptasi terhadap perubahan, termasuk dalam hal preferensi kuliner. Generasi Z merupakan

generasi yang sejak usia dini sudah mengenal teknologi. Menurut (Zalza Shabila Putri, 2024) kecenderungan generasi Z terhadap kebaruan dan kekinian memiliki tantangan tersendiri dalam melestarikan kuliner tradisional. Generasi Z memiliki pola pikir dan sudut pandang yang terbuka dengan mengikuti perkembangan zaman dan keterbaruan.

Menurut (Zalza Shabila Putri, 2024) di sisi lain, kecenderungan generasi Z akan keterbaruan menjadi tantangan tersendiri dalam melestarikan kuliner tradisional. Tidak sedikit pula generasi Z yang lebih menyukai makanan nontradisional dan lebih kekinian dibandingkan makanan atau minuman tradisional. Sebab, generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya termasuk dalam preferensi kuliner yang sering kali lebih dipengaruhi tren global dan penampilan media sosial dibandingkan tradisi dan warisan kuliner lokal.

Dengan adanya Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan Pemerintah Daerah yang belum lama ini meresmikan Museum Dawet Jabung Ponorogo yaitu pada tanggal 09 September 2024, yang diharapkan berkomitmen melestarikan budaya lokal sekaligus memberdayakan masyarakat, mengambil langkah inovatif dengan membantu menciptakan Museum Dawet Jabung Ponorogo, yang dirancang tidak hanya sebagai pusat edukasi dan dokumentasi sejarah minuman khas daerah, tetapi juga sebagai ruang interaksi kreatif yang menarik bagi Generasi Z, dengan memadukan teknologi digital, konten interaktif, dan media sosial untuk memperkenalkan nilai budaya lokal dalam format yang relevan dan menarik, sehingga mampu memperkuat identitas budaya sekaligus menjadi

inspirasi bagi generasi muda untuk terus mendukung pelestarian tradisi melalui pendekatan modern dan berkelanjutan.

Sejalan dengan hal itu, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan generasi Z untuk membeli kuliner tradisional Dawet Jabung. Menurut (Werdiasih *et al.*, 2022) faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah citra merek dan persepsi harga. Citra merek didefinisikan sebagai kesan yang terbentuk dalam ingatan konsumen terkait dengan sebuah merek. Citra merek dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Citra merek yang baik kemungkinan besar akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan membantu untuk bersaing di pasar. Berdasarkan penelitian (Galih Bahrul Allam Rasyad, 2024), citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kartu Pascabayar Indosat di Semarang, sedangkan dalam penelitian (Dwi Indah Utami & Hidayah, 2022), citra merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett di Universitas Gunadarma Cianjur.

Berkaitan dengan hal tersebut, persepsi harga menjadi salah satu faktor yang melatarbelakangi perilaku konsumen. Persepsi konsumen terhadap harga yang telah dibebankan oleh penjual dapat menentukan perilaku keputusan pembelian. Menurut (Anggraeni & Soliha, 2020) semakin tinggi harga yang ditawarkan, maka semakin rendah keputusan pembelian. Sebaliknya, jika harga yang ditawarkan rendah, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam penelitian (Choerunnisak, 2020), persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan pembelian Susu Handb_Time Di Kota Semarang. Namun, menurut (Anatasya & Cyasmoro, 2023), persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Hotel Maven Fatmawati Jakarta.

Selain kedua faktor tersebut, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh penjual. Menurut (Sandy & Aquinia, 2022) Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang erat kaitannya dengan produk, jasa, dan sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam memilih opsi mereka. Menurut (Anatasya & Cyasmoro, 2023) dalam menentukan keputusan pembelian, konsumen akan mempertimbangkan sejauh mana kualitas pelayanan memenuhi harapan mereka dan sejauh mana lingkungan fisik dan proses pelayanan tersebut mempengaruhi pengalaman mereka secara keseluruhan. Menurut penelitian (Choerunnisak, 2020) kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Susu Handb_Time Di Kota Semarang. Namun, dalam penelitian (Fadillah, 2023), kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Yamaha Suryanata Amuntai.

Penelitian di atas menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menjadi lebih menarik karena sasaran konsumen adalah generasi Z dalam pembelian kuliner tradisional Dawet Jabung yang menjadi makanan khas

dari Ponorogo. Sehingga, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh citra merek, kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kuliner tradisional Dawet Jabung Ponorogo.

Berdasarkan penjabaran tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dawet Jabung Ponorogo (Studi Kasus Generasi Z Di Ponorogo)”**. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai perilaku konsumen dalam konteks produk lokal serta memberikan rekomendasi bagi pemasar dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk menarik perhatian generasi muda.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka penulis dapat Menyusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Dawet Jabung Ponorogo pada generasi Z di Ponorogo?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Dawet Jabung Ponorogo pada generasi Z di Ponorogo?
3. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Minat Beli Dawet Jabung Ponorogo pada generasi Z di Ponorogo?
4. Apakah Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Dawet Jabung Ponorogo pada generasi Z di Ponorogo?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Dawet Jabung Ponorogo pada generasi Z di Ponorogo.
- b. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Dawet Jabung Ponorogo pada generasi Z di Ponorogo.
- c. Untuk mengetahui apakah Persepsi Harga berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Dawet Jabung Ponorogo pada generasi Z di Ponorogo.
- d. Untuk mengetahui apakah Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Dawet Jabung Ponorogo pada generasi Z di Ponorogo.

2. Manfaat

Mengacu pada hasil yang diperoleh, diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan penelitian ini sebagai berikut :

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian dawet jabung Ponorogo pada generasi Z di Ponorogo. Hal ini

dapat memperluas wawasan peneliti mengenai dinamika yang ada dalam konteks pemasaran.

b. Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber informasi dan referensi tentang pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Dawet Jabung Ponorogo.

c. Bagi Pelapak

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan terhadap pemasaran, khususnya terkait dengan pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga agar dapat meningkatkan keputusan pembelian dalam mengembangkan usahanya.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan rujukan dan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya untuk dijadikan referensi dalam penyusunan penelitian atau skripsi, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.